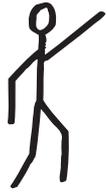


がんばれ!!



新連携・地域資源活用・農商工連携

第29回

ジーンズの聖地 岡山発！フィット感に優れた イージーオーダージーンズで販路拡大を目指す

独立行政法人 中小企業基盤整備機構 新事業支援部 連携事業支援課

岡野 響子

紹介事例の概要

会社名	有限会社馬野
認定区分	地域資源活用
認定事業名	衣料リフォーム技術を活用した立体縫製によるジャストフィットジーンズ（仮称）の開発及び販路開拓
認定日	平成22年9月30日

◆ 国産ジーンズ発祥の地・児島

岡山県は、江戸時代の綿花栽培をルーツとした繊維産業の一大産地である。中でも倉敷市の児島地区は、古くから染色や縫製の技術が発達してきた「繊維の町」として知られているが、伝統的な技と職人魂を継承する一方で、1960年代に国内初のジーンズ生産を手がけたことでも有名である。“ジーンズの聖地”と呼ばれる由縁だ。町の中心部には、地場ジーンズメーカーの販売店が約20店舗並ぶ、“児島ジーンズストリート”と呼ばれる400メートル程の通りがあり、週末には観光客で賑わうという。

今回、取材した（有）馬野も、この通りに直営店舗「Denim Closet from Kurashiki」を構えている。

◆ ジーンズ製造・販売企画への新規展開

店内には、（有）馬野オリジナルのさまざまなラインアップの女性向けデニム製品が陳列され、女性のスタッフが、明るく華やかな雰囲気を醸し出している。同社ジーンズの最大の特長は、“フィット性”であるが、その開発の過程は、会社の生い立ちと関連する。（有）馬野は、平成3年にクリーニング店として創業。その後、平成6年に洋服リフォーム業も新たに立ち上げ、地元のクリーニング店や洋服小売業からのリフォーム・寸法直しなどの請負と、店頭での直接受注とで、徐々に事業を拡大してきた。今や岡山県内に9店舗を展開する同社の馬野信吾代表取締役社長は、山口県出身で、創業前は消防士をしていたというから、いわば岡山県ともアパレル業界とも関わりのない未経験からのスタートであった。「最初は、素人なりに見

よう見まねで日々受注したりフォームの作業を夜中まで必死にこなしていた。営業は得意だったから、自分のバイタリティを信じてがむしゃらに進んできた」と振り返る。その過程で着実に技術、地元アパレル業界との人脈、経営ノウハウを培ってきた。

平成19年に、同社がオリジナルジーンズの開発に至ったきっかけは、こうしたリフォーム業における顧客からのニーズであった。日々、「ウエストを5ミリ縮めてほしい」といった注文を受け、女性のシルエットを美しく見せることへのこだわりを感じる中で、ジーンズ聖地である地元の人脈を活用し、高いフィット性と美しいシルエットを実現させる“立体縫製”によるジャストフィットジーンズを完成させた。

体の凹凸を再現できるよう、一般のパターン（型紙）よりも曲線が多い複雑な形状となる立体パターンと、それに合わせて裁断されたジーンズのパーツを立体的に仕上げる立体縫製には、いずれも高い技術力を要するが、その手間をかけることで、ジーンズがヒップを包み込むような仕上がりになり、フィット感と美しいシルエットが得られるという。評判は上々で、平成21年、東京の展示会 JFW-IFF 出展を機に有名百貨店等で催事販売を行いながら、少しずつ商品を浸透させてきた。



Denim Closet from Kurashiki 店内

◆ 採寸に新手法！進化系“夢心ジーンズ”誕生

ジャストフィットジーンズの既製品を販売する一方で、同社はさらに、お客様一人ひとりのサイズにいつ

そうフィットしたジーンズの開発を続け、オーダーメイドに近い商品を“早く、安く”提供できないか改良を進めた。そしてでき上がったのが、地域資源活用事業の認定を受けた“イージーオーダージーンズ”である。

ジャストフィットジーンズの要領で、立体縫製により製造した半製品にマジックテープを施した、いわば“採寸用ジーンズ”を使って、もも周りを合わせ、ウエスト、ヒップの寸法をとることで、既製品を上回るフィット感が感じられる製品に仕上げるといったものだ。誰でも簡単に正確な採寸ができるため、これまで採寸にノウハウを要するがゆえに、販売員配置などの都合上、全国に広げていくには限界のあったジャストフィットジーンズを、広く展開しやすくなったというから画期的である。また、一から作り上げるフルオーダーメイドと違い、半製品を予め量産してからの仕上げなので、値段を抑え、早めの納品が可能である点もセールスポイントとして大きい。

こうして開発されたジーンズは、ブランド名を“夢心ジャストフィットジーンズ”とした。命名の由来は、「好きな言葉をくっつけたんです」と馬野社長。“夢”“心”の2つの言葉には、「夢のようだと心から喜ばれるジーンズを作りたい」という思いが込められている。



ウエスト、ヒップ周り部分にマジックテープを施した半製品

◆ “オール岡山”で地域全体の活性化

ここで、同社ジーンズが既製品にしても夢心ジャストフィットジーンズにしても、“オール岡山”製品であることにもふれておきたい。国産ジーンズの発祥以来、県内には、ジーンズ関連企業が多く集積し、ジーンズ一貫生産のインフラがそろった一大産地となっている。同社のジャストフィットジーンズも、使用する生地、染色、製品のパターンデザイン、裁断、半製品の縫製・洗い加工など、完成までの全工程を県内の事業者・職人たちが担っており、地域の生産力と技術力が結集してでき上がった製品といえる。ジャストフィットジーンズの販売量が増えていくことが、地域産業の活性化にもつながる、そうした可能性を含んで

いる。

現在は、リフォーム業の収益が大半を占める会社だが、事業の将来性を考え、ジーンズ販売を今後の柱にしていくことを目指す。

◆ “岡山ブランド”を世界へ

近年、岡山製ジーンズは、全国的、世界的に知名度が上昇している。欧米ショップなどへの販売実績を持つメーカーもあり、海外市場での評価が高まっているという。

冒頭で紹介した“兎島ジーンズストリート”は、こうした動きを背景に、平成21年11月、地域活性化の一環として、国産ジーンズを求めて訪れる観光客向けに、商工会議所、地元メーカーが中心となって誕生させたものである。大手ブランド等のOEMを行うメーカーも多い中、「地域おこしのためには、まず、各メーカーが自分たちのブランドを販売していこうとする意欲的な姿勢が必要だ」と馬野社長は語る。



馬野社長

また、馬野社長は、平成24年11月に岡山県内の6社により設立された、岡山デニム協同組合の専務理事も務める。「県内メーカーは小規模事業者のため、全国、世界に打って出ていくためには連携が不可欠。1社で出ていくより、複数社の方が、産地としてのアピール力が強く、お客様にも面白いと思ってもらえるはず」という。現在は組合員数が9社に増え、活動の場を広げている。国内外で、組合員による合同展示会を開催してきた中では、メイド・イン・ジャパンのジーンズとして世界で勝負することに十分な手ごたえを感じているようだ。

同社の今後の目標を尋ねると、「ターゲットとする20代後半から40代向けのジーンズとして日本で1番になって、ゆくゆくは世界の1番を目指したい」と力強く語ってくれた。目標を高く掲げ、付加価値の高いジーンズを発信する一方で、地域のメーカーを牽引し、産地のブランド力を高めて世界を目指す同社の挑戦に今後も期待したい。